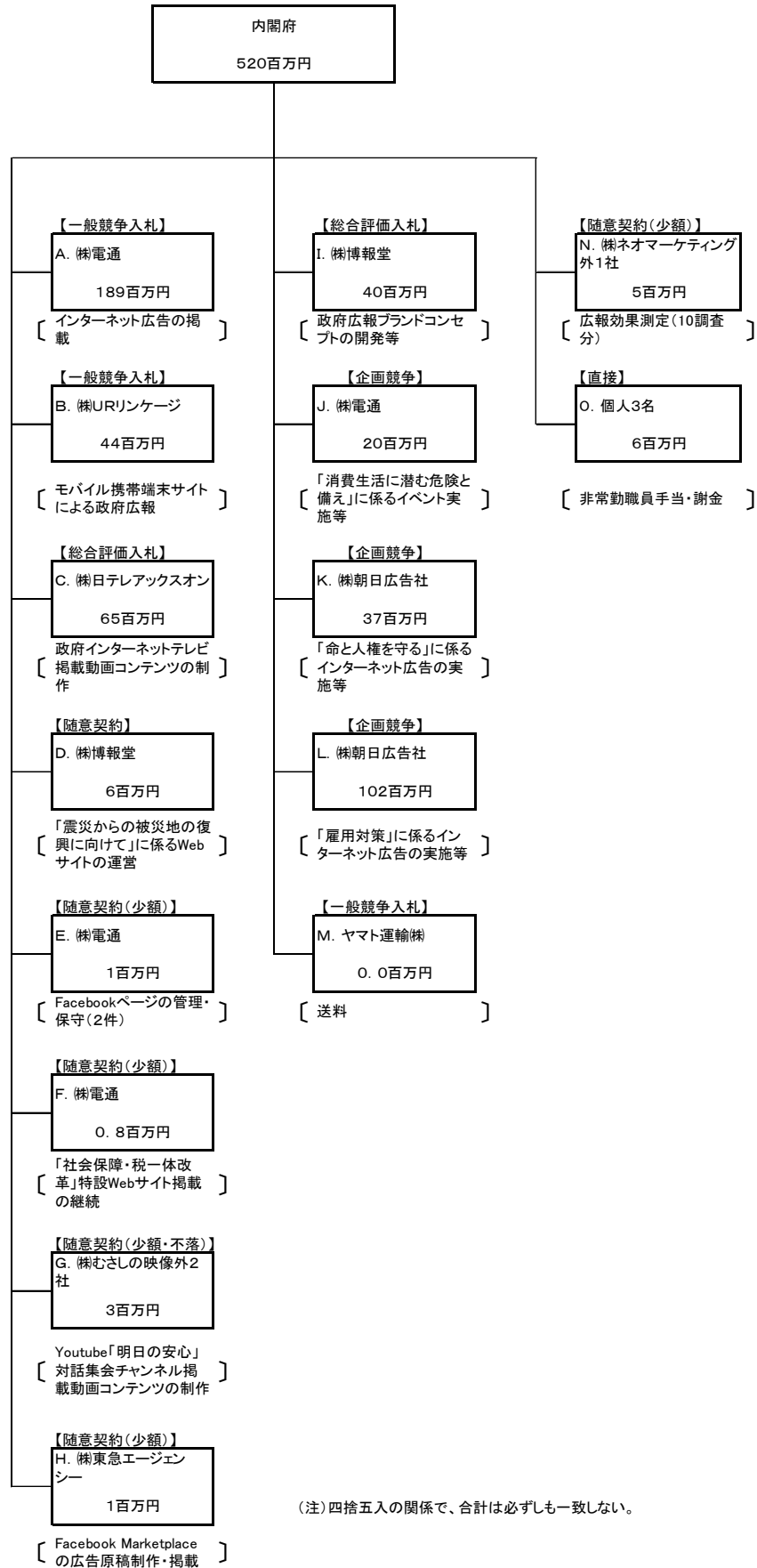


平成25年行政事業レビューシート (内閣府)

事業名	事業種別	担当部局	大臣官房	作成責任者			
事業開始・終了(予定)年度	昭和24年度	担当課室	政府広報室	官房参事官 三浦健太郎			
会計区分	一般会計	政策・施策名	2 重要施策に関する広報(政策2-施策)				
根拠法令 (具体的な条項も記載)	内閣府設置法第4条第3項38号	関係する計画、通知等					
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	政府の重要施策については、政府全体の立場から一体的に広報活動を行うことが必要である。 政府広報は、このような重要施策に関する広報を、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット等の媒体を政府の広報共同利用媒体として確保し、効率的・機動的・重点的に実施するものである。 そのうち事業諸費は、クロスメディアによる広報や、インターネット等による広報の実施に要する経費である。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	広報テーマは各府省の希望を受けて、内閣官房及び各府省と協議調整を行った上で選定し、広報実施に当たっては、各府省が行う広報と役割を分担して実施している。 政府広報の媒体は、国民各層の幅広い認知を得ることが可能なテレビ・ラジオ、新聞・雑誌、インターネットなどのメディアを活用している。 インターネット広告は、政府広報室が運営しているウェブサイト「政府広報オンライン」、「政府インターネットテレビ」及び各府省等ホームページに誘導するために有効な媒体である。 モバイル広告は、伝えたいことを迅速に広報できる特性を持っており、新聞を読まない層等へのリーチを広げるために有効な媒体である。 その他、政府広報を更に効率的・効果的に実施していくため、広報効果についての調査を実施した。						
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他						
予算額・執行額 (単位:百万円)		22年度	23年度	24年度	25年度	26年度要求	
	予算の状況	当初予算	751	751	641	610	3,829
		補正予算	0	0	△1	0	
		繰越し等	0	0	0	0	
		計	751	751	640	610	3,829
執行額	1,337	785	520				
執行率(%)	178%	105%	81%				
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標		単位	22年度	23年度	24年度	目標値 (年度)
	重要施策に関する広報理解度	成果実績	%	90	74	72	75(25年度) 80(24年度) 80(23年度) 75(22年度)
		達成度	%	120	93	90	
	重要施策に関する広報満足度	成果実績	%	82	59	61	60(25年度) 70(24年度) 70(23年度) 65(22年度)
達成度		%	126	84	87		
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	22年度	23年度	24年度	25年度活動見込
	インターネット(動画・広告)	活動実績 (当初見込み)	百万円	444 (652)	321 (652)	254 (542)	— (542)
		モバイル携帯端末サイト	活動実績 (当初見込み)	百万円	46 (50)	45 (50)	44 (50)
単位当たりコスト	インターネット(動画)(104万円/1単位)		算出根拠	X=65百万円(動画コンテンツ制作のH24年度決算額) Y=63本(制作本数)			
	インターネット(広告)(6,307万円/1単位)		算出根拠	X=189百万円(インターネット広告のH24年度決算額) Y=3サイト(掲載サイト数)			
	インターネット(広告)(95万円/1単位)			(Y=200テーマ(ネット広告テーマ数)の場合)			
	モバイル携帯端末サイト(81万円/1単位)		算出根拠	X=44百万円(モバイル携帯端末サイトのH24年度決算額) Y=54テーマ(モバイル携帯端末サイトのテーマ数)			
平成25・26年度予算 内訳	費目	25年度当初予算	26年度要求	主な増減理由			
	(目)非常勤職員手当	7	7	「新しい日本のための優先課題推進枠」3,220 クロスメディア広報費(新規)			
	(目)諸謝金	12	12				
	(目)啓発広報費	592	3,811				
計	610	3,829					

事業所管部局による点検						
		項目	評価	評価に関する説明		
国費投入の必要性	広く国民のニーズがあるか。国費を投入しなければ事業目的が達成できないのか。		○	政府広報は、政府の重要施策について、広く国民の方々に、その内容、背景、必要性等を知っていただき、それらの施策に対する国民の理解と協力を得ることを目的としている。		
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。		○			
	明確な政策目的(成果目標)の達成手段として位置付けられ、優先度の高い事業となっているか。		○			
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。		○	事業者の選定に当たっては、一般競争を原則として、創意工夫のできる企画競争も活用しながら調達しており、競争性を確保しつつ、経費の効率化に努めている。		
	受益者との負担関係は妥当であるか。		—			
	単位当たりコストの水準は妥当か。		○			
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。		—			
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。		○			
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)		—			
事業の有効性	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。		○	一般競争や創意工夫のできる企画競争を活用し、効果測定も行いながら、各府省庁からの広報希望等を踏まえ、効果的な政府広報の実施に努めている。		
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。		○			
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。		○			
重複排除	類似の事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)		○	広報実施に当たっては、各府省とも調整の上、各府省が行う広報と役割を分担して実施している。		
	事業番号	類似事業名	所管府省・部局名			
点検結果	平成25年度予算における事業諸費については、交通(中吊り)広告の廃止により、前年度当初予算額から31百万円の減額を図っている。契約に当たっては、一般競争入札を原則として経費の効率化に努めるとともに、媒体横断的に効果的・効果的な広報が実施できるよう、主要な広報テーマについては広報戦略等に係る企画競争を実施し、広報効果の確保を図っている。また、実施した広報テーマについては分析を行い、PDCAサイクルの実施を基本に引き続き効果的・効果的な広報に努めている。					
外部有識者の所見						
点検対象外						
行政事業レビュー推進チームの所見						
現状通り	引き続き、効果的・効果的な事業の実施に努めること。また、効果的に執行した実績を概算要求に反映させること。					
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況						
現状通り	実施した重点テーマの広報について分析を行い、PDCAサイクルの実施を基本に据え、引き続き効果的・効果的な広報に努める。					
備考						
政府広報オンラインURL (http://www.gov-online.go.jp/index.html)						
関連する過去のレビューシートの事業番号						
	平成22年	7	平成23年	0012	平成24年	0012

※平成24年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。



(注) 四捨五入の関係で、合計は必ずしも一致しない。

資金の流れ
 (資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
 (単位: 百万円)

費目・使途
 (「資金の流れ」に
 おいてブロックごと
 に最大の金額が
 支出されている者
 について記載す
 る。費目と使途の
 双方で実情が分
 かるように記載)

A.(株)電通			I.(株)博報堂		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
広告料	インターネット広告の掲載	189	開発費	企画費、調査費、人件費等	40
計		189	計		40
B.(株)URリンケージ			J.(株)電通		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
広告料	モバイル携帯端末サイトへの広告掲載	44	制作費	企画費、人件費、映像制作費等	9
計		44	イベント	人件費、会場費、衣装費等	5
			広告料	屋外広告掲出料	4
C.(株)日テレアックスオン			調査費	効果測定調査	2
費目	使途	金額 (百万円)	計		20
制作費	動画コンテンツの制作	65	K.(株)朝日広告社		
計		65	費目	使途	金額 (百万円)
D.(株)博報堂			広告料	インターネット広告料	26
費目	使途	金額 (百万円)	制作費	人件費、編集費、出演料等	11
雑役務費	人件費・サイト構築費・運営費	5	計		37
管理費	一般管理費	0.5	L.(株)朝日広告社		
計		6	費目	使途	金額 (百万円)
E.(株)電通			広告料	インターネット広告料等	73
費目	使途	金額 (百万円)	制作費	企画費、人権費、出演料、印刷費等	25
雑役務費	保守・運営費	0.9	記者発表	人件費、プロモート費等	4
管理費	一般管理費	0.1	計		102
計		1	M.ヤマト運輸(株)		
F.(株)電通			費目	使途	金額 (百万円)
費目	使途	金額 (百万円)		送料	0.0
使用料	映像使用料	0.8	計		0
計		0.8	N.(株)ネオマーケティング		
G.(株)むさしの映像			費目	使途	金額 (百万円)
費目	使途	金額 (百万円)		広報効果測定(6調査分)	4
制作費	収録費、エンコード費	0.8	計		4
旅費	出張旅費	1	O.個人		
計		1.8	費目	使途	金額 (百万円)
H.(株)東急エージェンシー				非常勤職員手当、謝金	6
費目	使途	金額 (百万円)	計		6
広告料	Facebook Marketplace広告掲載	0.6			
計		0.6			

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	㈱電通	インターネット広告の掲載	189	7	※

B.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	㈱URリンクージ	モバイル携帯端末サイトによる文字広告の掲載	44	6	※

C.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱日テレアックスオン	政府インターネットテレビ掲載動画コンテンツの掲載	65	4	※

D.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱博報堂	「震災からの被災地の復興に向けて」	6	随意契約	-

E.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱電通	Facebookページの管理・保守	1	随意契約	-

F.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱電通	「社会保障・税一体改革」	0.8	随意契約	-

G.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱むさしの映像	Youtube「明日の安心」対話集会チャンネル掲載動画コンテンツの制作	2	14	※
2	㈱電通	Youtube「明日の安心」対話集会チャンネル掲載動画コンテンツの制作	0.6	随意契約	-
3	㈱日テレアックスオン	Youtube「明日の安心」対話集会チャンネル掲載動画コンテンツの制作	0.4	随意契約	-

H.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱東急エージェンシー	Facebook Marketplace広告掲載	1	随意契約	-

I.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱博報堂	政府広報ブランドコンセプトの開発	40	3	※

J.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱電通	「消費生活に潜む危険と備え」	20	随意契約	-

K.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱朝日広告社	「命と人権を守る」	37	随意契約	-

L.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱朝日広告社	「雇用対策」	102	随意契約	-

M.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	ヤマト運輸(株)	送料	0.0	2	※

N.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	㈱ネオマーケティング	広報効果測定(6調査分)	4	随意契約	※
2	㈱ビデオリサーチ	広報効果測定(4調査分)	1	随意契約	※

O.

	支出先	業務概要	支出額	入札者数	落札率
1	個人A	非常勤職員手当	3	-	-
2	個人B	非常勤職員手当	3	-	-
3	個人C	謝金	0.4	-	-

※ 落札率については、予定価格を公表していないため掲載していない。